

2016-2022年中国二手车 市场深度调查与投资前景评估报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国二手车市场深度调查与投资前景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/qiche/883827VVQE.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

中国的二手车行业在过去的若干年间已经取得了飞速的发展，整体上说，从20万辆年度交易总规模达到了2014年末超过900万辆的交易规模，这是一个巨变，而这种转变给二手车行业带来的飞速发展，也给二手车流通行业以巨大的展现空间。

中国二手车市场的发展也提供了更大的战略想象空间，在国际市场上在成熟的发达国家二手车市场的规模已经是一种提示，意味着中国二手车市场在未来的发展进程当中会有更大的这样一种变化。在这个过程中，二手车经营模式的不断探索、不断创新，给行业带来了蓬勃的生机。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国二手汽车市场深度调查与投资前景评估报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资数据报告,投资情报，免费报告,行业数据,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第1章：中国二手汽车市场的发展综述

1.1 二手汽车市场的相关概述

1.1.1 二手汽车市场的概念

1.1.2 二手汽车市场的特点

1.1.3 二手汽车交易市场形式

1.1.4 二手汽车交易功能分析

1.2 二手汽车市场发展SWOT分析

1.2.1 二手汽车市场优势分析

1.2.2 二手汽车市场劣势分析

1.2.3 二手汽车市场机会分析

1.2.4 二手汽车市场威胁分析

1.3 二手汽车交易的“诚信危机”分析

- 1.3.1 车辆信息不对称
- 1.3.2 车辆价格的评估
- 1.3.3 二手车信贷难题
- 1.3.4 交易运作者因素
- 1.3.5 二手车售后服务
- 1.4 二手汽车市场发展环境分析
 - 1.4.1 二手汽车市场政策环境分析
 - (1) 二手汽车相关政策法规
 - (2) 二手汽车相关规划预期
 - 1.4.2 二手汽车市场经济环境分析
 - (1) GDP增长情况分析
 - (2) 工业经济增长分析
 - (3) 居民收入及增长情况
 - 1.4.3 二手汽车市场社会环境分析
 - (1) 社会汽车拥有量变化分析
 - (2) 消费者消费心理变化分析

第2章：国外二手汽车市场交易规则及发展模式分析

- 2.1 国外二手汽车市场交易规则分析
 - 2.1.1 国外二手汽车市场发展规模分析
 - 2.1.2 国外二手汽车市场交易特点分析
 - 2.1.3 国外二手汽车市场交易规则分析
 - (1) 日本二手汽车市场交易规则
 - (2) 韩国二手汽车市场交易规则
 - (3) 墨西哥二手汽车市场交易规则
 - (4) 美国二手汽车市场交易规则
- 2.2 主要国家二手汽车市场的发展模式分析
 - 2.2.1 美国二手汽车市场发展模式分析
 - (1) 美国二手汽车行业发展简况
 - (2) 美国二手汽车市场交易状况
 - 1) 二手车与新车交易量比较
 - 2) 二手车品牌市场占有率比较

(3) 美国二手汽车发展模式分析

(4) 美国二手汽车交易市场特点

2.2.2 日本二手汽车市场发展模式分析

(1) 日本二手汽车行业发展简况

(2) 日本二手汽车市场交易状况

1) 二手车与新车交易量比较

2) 二手车市场交易特征分析

(3) 日本二手汽车发展阶段分析

(4) 日本二手汽车交易市场特点

2.2.3 德国二手汽车市场发展模式分析

(1) 德国二手车的相关政策法规

(2) 德国二手车交易信息化情况

(3) 德国二手汽车发展模式分析

(4) 德国二手汽车交易市场特点

2.2.4 英国二手汽车市场发展模式分析

(1) 英国二手汽车行业发展简况

(2) 英国二手汽车交易价格分析

(3) 英国二手汽车销售形式分析

(4) 英国二手汽车交易市场特点

2.2.5 其他国家二手汽车市场发展模式分析

(1) 瑞士二手汽车市场发展模式分析

(2) 新西兰二手汽车市场发展模式分析

2.3 国外二手汽车市场活跃原因与经验借鉴

2.3.1 国外二手汽车市场活跃的原因

2.3.2 国外二手汽车市场的经验借鉴

第3章：中国二手汽车行业市场调研分析

3.1 中国汽车销售市场分析

3.1.1 汽车销售总体规模分析

3.1.2 不同类型销售规模分析

(1) 乘用车销售市场分析

1) 乘用车总体销量分析

- 2) MPV销售市场分析
- 3) 轿车销售市场分析
- 4) SUV销售市场分析
- 5) 交叉型乘用车销售市场分析

- (2) 商用车销售市场分析

- 1) 商用车总体销量分析
 - 2) 大客销售市场分析
 - 3) 中客销售市场分析
 - 4) 轻客销售市场分析
 - 5) 重卡销售市场分析
 - 6) 中卡销售市场分析
 - 7) 轻卡销售市场分析
 - 8) 微卡销售市场分析

- 3.2 中国二手汽车市场分析

- 3.2.1 二手汽车市场发展概况

- (1) 二手汽车市场发展阶段
 - (2) 二手汽车交易成本因素
 - (3) 二手汽车市场运行特征
 - (4) 二手汽车市场交易车型

- 3.2.2 二手汽车交易规模分析

- (1) 二手汽车交易量分析
 - (2) 二手汽车交易额分析
 - (3) 新旧车交易量对比分析

- 3.2.3 二手汽车经营主体分析

- 3.2.4 二手汽车市场投资动向

- 3.2.5 二手汽车市场存在的问题

- 3.3 中国二手汽车市场调研分析

- 3.3.1 汽车用户车辆处置调研分析

- (1) 车辆处置方式调研分析
 - (2) 车辆出售渠道调研分析
 - (3) 车辆出售渠道选择分析
 - (4) 用户倾向的出售方式分析

3.3.2 用户期望更换周期及置换率分析

(1) 用户期望更换周期分析

(2) 用户的车辆置换率分析

3.3.3 用户期望车辆保值率调研分析

(1) 用户期望车辆保值率分析

(2) 不同车辆品牌延续度分析

3.3.4 用户期望的车辆评估调研分析

(1) 二手汽车评估时间分析

(2) 用户期望评估时间分析

第4章：中国二手汽车市场重点地区发展状况分析

4.1 二手汽车交易市场区域分布

4.1.1 各区域二手汽车交易量情况

(1) 2014-2015年各地交易及增长情况

(2) 2015年各地交易及增长情况

4.1.2 华东地区二手汽车交易情况

4.1.3 中南地区二手汽车交易情况

4.1.4 华北地区二手汽车交易情况

4.1.5 西南地区二手汽车交易情况

4.1.6 东北地区二手汽车交易情况

4.1.7 西北地区二手汽车交易情况

4.2 广东省二手汽车市场发展状况

4.2.1 广东省二手汽车市场交易规模

4.2.2 重点城市二手汽车交易市场情况

(1) 广州市二手汽车交易市场发展情况

(2) 深圳市二手汽车交易市场发展情况

(3) 佛山市二手汽车交易市场发展情况

(4) 东莞市二手汽车交易市场发展情况

(5) 中山市二手汽车交易市场发展情况

4.2.3 广东省二手交易市场发展动向

4.3 山东省二手汽车市场发展状况

4.3.1 山东省二手汽车市场交易规模

4.3.2 重点城市二手汽车市场发展情况

(1) 济南市二手汽车交易市场发展情况

(2) 潍坊市二手汽车交易市场发展情况

(3) 临沂市二手汽车交易市场发展情况

(4) 枣庄市二手汽车交易市场发展情况

4.3.3 山东省二手交易市场发展动向

4.4 四川省二手汽车市场发展状况

4.4.1 四川省二手汽车市场发展情况

4.4.2 重点城市二手汽车市场发展情况

(1) 成都市二手汽车交易市场发展情况

(2) 绵阳市二手汽车交易市场发展情况

4.5 河南省二手汽车市场发展状况

4.5.1 河南省二手汽车市场发展情况

4.5.2 重点城市二手汽车市场发展情况

(1) 郑州市二手汽车交易市场发展情况

(2) 洛阳市二手汽车交易市场发展情况

(3) 许昌市二手汽车交易市场发展情况

4.5.3 河南省二手交易市场发展动向

4.6 河北省二手汽车市场发展状况

4.6.1 河北省二手汽车市场发展情况

4.6.2 重点城市二手汽车市场发展情况

(1) 石家庄市二手汽车交易市场发展情况

(2) 保定市二手汽车交易市场发展情况

4.6.3 河北省二手交易市场发展动向

4.7 北京市二手汽车市场发展状况

4.7.1 北京市二手汽车市场交易规模

4.7.2 对二手汽车市场的影响

4.7.3 北京市二手汽车市场发展趋势

4.7.4 北京市二手交易市场发展动向

4.8 天津市二手汽车市场发展状况

4.8.1 天津市二手汽车市场交易规模

4.8.2 北京对天津二手汽车市场的影响

- 4.8.3 天津市二手汽车市场发展趋势
- 4.8.4 天津市二手交易市场发展动向
- 4.9 上海市二手汽车市场发展状况
 - 4.9.1 上海市二手汽车市场交易规模
 - 4.9.2 上海二手汽车市场分析
 - 4.9.3 上海市二手交易市场发展动向
- 4.10 其他地区二手汽车市场发展状况
 - 4.10.1 黑龙江省二手汽车市场发展状况
 - 4.10.2 吉林省二手汽车市场发展状况
 - 4.10.3 辽宁省二手汽车市场发展状况
 - 4.10.4 江苏省二手汽车市场发展状况
 - 4.10.5 浙江省二手汽车市场发展状况
 - 4.10.6 安徽省二手汽车市场发展状况
 - 4.10.7 江西省二手汽车市场发展状况
 - 4.10.8 福建省二手汽车市场发展状况
 - 4.10.9 湖南省二手汽车市场发展状况
 - 4.10.10 新疆二手汽车市场发展状况
 - 4.10.11 广西二手汽车市场发展状况
 - 4.10.12 海南省二手汽车市场发展状况
 - 4.10.13 贵州省二手汽车市场发展状况
 - 4.10.14 云南省二手汽车市场发展状况
 - 4.10.15 内蒙古二手汽车市场发展状况
 - 4.10.16 山西省二手汽车市场发展状况
 - 4.10.17 陕西省二手汽车市场发展状况
 - 4.10.18 甘肃省二手汽车市场发展状况
 - 4.10.19 青海省二手汽车市场发展状况
 - 4.10.20 西藏二手汽车市场发展状况

第5章：中国品牌二手汽车现状及市场现状分析

- 5.1 国外品牌二手汽车市场发展分析
 - 5.1.1 国外品牌二手汽车市场现状分析
 - 5.1.2 重点品牌二手汽车业务发展情况

- (1) 大众二手车
- (2) 丰田二手车
- (3) 宝马二手车
- (4) 其他二手车

5.2 中国品牌二手汽车市场发展分析

5.2.1 品牌二手汽车发展现状分析

- (1) 品牌二手汽车发展历程
- (2) 品牌二手汽车市场分析
- (3) 品牌二手汽车发展瓶颈

5.2.2 品牌二手汽车SWOT分析

5.2.3 品牌二手汽车业务最新动向

5.3 品牌二手汽车业务策略分析

5.3.1 整车置换业务策略分析

5.3.2 汽车认证业务策略分析

5.3.3 汽车金融业务策略分析

5.3.4 售后服务业务策略分析

第6章：二手汽车市场的经营模式及管理策略分析

6.1 二手汽车市场的经营模式分析

6.1.1 二手汽车市场特许经营体系分析

- (1) 特许经营的意义和作用分析
- (2) 特许经营的优劣势分析
- (3) 特许经营的发展方向

6.1.2 二手汽车经纪公司模式分析

6.1.3 市场经营多元化模式分析

6.1.4 批发二手汽车业务模式分析

6.1.5 发展相关配套业务模式分析

6.1.6 帅车的CarMax模式案例分析

6.2 二手汽车市场经营管理策略分析

6.2.1 建立二手汽车市场信息平台

6.2.2 规范第三方二手汽车评估体系

- (1) 日本二手车市场评估体系

(2) 美国二手车市场评估体系

(3) 中国《二手车鉴定评估规范》

6.2.3 培养二手汽车行业从业人才

6.3 二手汽车市场售后服务体系分析

6.3.1 二手汽车售后服务网络的构成

6.3.2 二手汽车售后服务网络的功能建设

6.3.3 二手汽车客户满意度考评体系分析

第7章：中国二手汽车市场重点企业经营状况分析

7.1 上海车王二手车经营有限公司经营情况分析

7.1.1 企业发展简况分析

7.1.2 企业主营业务分析

7.1.3 企业经营情况分析

7.1.4 企业配套服务分析

7.1.5 企业最新发展动向分析

7.2 广州市千里发汽车服务有限公司经营情况分析

7.2.1 企业发展简况分析

7.2.2 企业主营业务分析

7.2.3 企业经营特色分析

7.2.4 企业配套服务分析

7.2.5 企业最新发展动向分析

7.3 中进真容汽车投资管理(北京)有限公司经营情况分析

7.3.1 企业发展简况分析

7.3.2 企业主营业务分析

7.3.3 企业经营特色分析

7.3.4 企业配套服务分析

7.3.5 企业最新发展动向分析

7.4 深圳市澳康达二手车交易经纪有限公司经营情况分析

7.4.1 企业发展简况分析

7.4.2 企业主营业务分析

7.4.3 企业经营情况分析

7.4.4 企业配套服务分析

7.4.5 企业最新发展动向

7.5 北京卓杰行北亚旧机动车经纪有限公司经营情况分析

7.5.1 企业发展简况分析

7.5.2 企业主营业务分析

7.5.3 企业经营特色分析

7.5.4 企业配套服务分析

7.5.5 企业最新发展动向分析

第8章：中国二手汽车市场投资分析与前景预测

8.1 中国二手汽车市场的投资分析

8.1.1 二手汽车市场的投资风险分析

(1) 二手汽车市场政策风险分析

(2) 二手汽车市场竞争风险分析

(3) 二手汽车行业市场波动风险

(4) 二手汽车市场其他风险分析

8.1.2 二手汽车市场投资特性分析

(1) 二手汽车市场进入壁垒分析

(2) 二手汽车市场盈利模式分析

1) 单一经营盈利模式

2) 经纪经营盈利模式

3) 经销盈利模式

4) 置换盈利模式

5) 租赁盈利模式

6) 整修翻新盈利模式

(3) 二手汽车市场盈利因素分析

8.1.3 二手汽车市场投资机会分析

(1) 拍卖市场交易竞拍

(2) 二手汽车电子商务

8.1.4 二手汽车市场最新投资动向

8.2 二手汽车市场发展情报

8.2.1 二手汽车市场制约因素分析

(1) 税收因素分析

(2) 准入因素分析

(3) 评估因素分析

(4) 产权因素分析

8.2.2 二手汽车分析

8.2.3 二手汽车市场交易规模预测

(1) 交易量增长预测

(2) 交易额增长预测

图表目录：

图表1：二手汽车交易市场功能

图表2：二手汽车交易市场形式分类

图表3：中国汽车流通行业部分已出台和即将出台的政策

图表4：2014-2015年国内生产总值增长与二手汽车交易额增长趋势分析图(单位：%)

图表5：2014-2015年中国全部工业增加值及其增速(单位：亿元，%)

图表6：2014-2015年中国农村居民人均纯收入及其实际增长速度(单位：元，%)

图表7：2014-2015年中国城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度(单位：元，%)

图表8：2001-2015年中国汽车保有量变化趋势分析图(单位：辆，%)

图表9：国内外二手汽车交易市场比较

图表10：推动美国二手汽车市场繁荣的三大因素

图表11：美国二手汽车市场评估和认证体系

图表12：2002-2015年美国二手车与新车交易量比较分析图(单位：万辆，%)

图表13：2015年美国认证二手车品牌市场占有率分析表(单位：辆，%)

图表14：美国汽车梯度消费示意图

图表15：美国二手汽车市场交易渠道

图表16：美国二手汽车市场交易渠道特点比较

图表17：美国二手车各交易方式比较

图表18：美国二手车拍卖模式

图表19：2001-2015年日本新车销量与二手车销售数量比较(单位：%)

图表20：日本二手车拍卖出展成交状况(单位：千辆，%)

图表21：日本二手车拍卖出展成交价格(单位：千日元，%)

图表22：日本二手汽车市场结构图

图表23：英国新车市场占有率与旧车市场占有率(单位：百万辆)

图表24：英国汽车市场新车与旧车销售情况(单位：百万辆)

图表25：2014-2015年英国拍卖的二手车平均价格(单位：英镑)

图表26：国内主要汽车经销服务行业上市公司核心业务指标(单位：亿元，%，个)

图表27：国内排名前20汽车经销商主要经济指标(单位：亿元，%)

图表28：我国百强汽车经销商收入结构分析(单位：%)

图表29：2001-2015年汽车行业销量及业绩周期性变化情况(单位：%)

图表30：2014-2015年中国汽车销量月度变化(单位：万辆)

图表31：2014-2015年国内汽车企业汽车销量排行Top10(单位：万辆)

图表32：2014-2015年1.6升及以下排量乘用车销量(单位：辆)

图表33：2014-2015年国内轿车市场份额变化(单位：%)

图表34：2014-2015年中国MPV销量及同比增长(单位：辆，%)

图表35：2015年国内主要汽车企业MPV销量情况分析(单位：辆，%)

图表36：2014-2015年中国轿车销量及增长率(单位：万辆)

图表37：2014-2015年轿车系别销量同比增速(单位：%)

图表38：2014-2015年国内主要汽车企业轿车销量情况分析(单位：%)

图表39：2014-2015年中国SUV月度销量及增速(单位：辆，%)

图表40：2015年年国内主要汽车企业SUV销量情况分析(单位：辆，%)

图表41：2014-2015年交叉型乘用车月度销量及同比增长(单位：万辆)

图表42：2014-2015年汽车行业销量(单位：辆，%)

图表43：2014-2015年大客销量及同比增长(单位：辆，%)

图表44：2014-2015年中客销量及同比增长(单位：辆，%)

图表45：2014-2015年轻客销量及同比增长(单位：辆，%)

图表46：2016-2022年轻客销售规模及预测(单位：万辆，%)

图表47：2014-2015年中国重卡销量及增速(单位：辆，%)

图表48：2015年国内汽车企业重卡销量情况及同比(单位：辆，%)

图表49：1997-2015年我国高速公路里程及增速(单位：万公里，%)

图表50：2014-2015年中卡销量及同比增长(单位：辆，%)

图表51：2015年国内汽车企业中卡销量情况及同比(单位：辆，%)

图表52：2014-2015年轻卡销量及同比增长(单位：万辆，%)

图表53：2015年国内汽车企业轻卡销量情况及同比(单位：辆，%)

图表54：2014-2015年微卡销量及同比增长(单位：辆，%)

图表55：2015年国内汽车企业微卡销量情况及同比(单位：辆，%)

图表56：微卡市场需求发展趋势

图表57：2001-2015年全国二手汽车交易量及增长速度(单位：万辆，%)

图表58：2001-2015年中国二手汽车市场交易金额情况(单位：亿元)

图表59：2004-2015年全国新旧车交易量比

图表60：汽车所有者车辆处置方式(单位：%)

图表61：车辆出售渠道(单位：%)

图表62：车辆出售渠道选择原因(单位：%)

图表63：用户倾向的出售方式(单位：%)

图表64：用户期望车辆更换年限(单位：月)

图表65：二手车更换年限-车型示例(单位：月)

图表66：不同价格车辆置换率(单位：%)

图表67：不同品牌车辆置换率(单位：%)

图表68：用户期望的车辆保值率(单位：%)

图表69：不同车系品牌延续度(单位：%)

图表70：不同品牌车辆品牌延续度(单位：%)

图表71：不同品牌车辆品牌延续度(单位：分钟)

图表72：不同品牌车辆品牌延续度(单位：%)

图表73：2014-2015年二手汽车交易量位列前十位的省市(单位：辆，%)

图表74：2015年中国各区域二手汽车交易增长(单位：辆)

图表75：2015年二手汽车交易量位列前十位的省市(单位：辆，%)

图表76：华东地区二手汽车分车型交易统计情况(单位：辆)

图表77：2015年华东地区二手汽车交易经营情况(单位：辆，家)

图表78：中南地区二手汽车分车型交易统计情况(单位：辆)

图表79：2015年中南地区二手汽车交易经营情况(单位：辆，家)

图表80：华北地区二手汽车分车型交易统计情况(单位：辆)

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qiche/883827VVQE.html>